

# Newsletter 05-2014

## Das war der Deutscher Stadtmarketingtag 2014



Mehr als 220 Experten aus Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, Ministerien, Wirtschaft und Wissenschaft sind vom 25. bis 27. Mai dem Ruf der bcsd zum Deutschen Stadtmarketingtag 2014 in die Quadratestadt Mannheim gefolgt. Bei der ersten Veranstaltung im gewandelten Format war der Fokus auf die Schnittmenge von Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing gerichtet. Die wissenschaftlichen und gleichzeitig praxisorientierten Beiträge zum Standortmarketing zeigten die aktuellen Entwicklungen auf und gaben gezielte Empfehlungen. Auch die Begleitausstellung mit mehr als 20 Ausstellern bot den Teilnehmern einen informativen Mehrwert und reichlich Anregungen sich über Dienstleistungen und Produkte für die tägliche Arbeit zu informieren. An dieser Stelle senden wir nochmals ein herzliches Dankeschön an alle, die den Deutschen Stadtmarketingtag 2014 unterstützt haben, insbesondere an die Redner, die Sponsoren Galeria Kaufhof und MK Illumination sowie unseren Medienpartner Public Marketing und dem Team des Congress Centers Rosengarten. Nicht zuletzt gilt der Dank auch dem Fachbereich Wirtschafts- und Strukturförderung sowie dem Stadtmarketing Mannheim, die den Teilnehmern ein sehr abwechslungsreiches und spannendes Fach- und Rahmenprogramm offerierten und somit die Vorzüge der Stadt an Rhein und Neckar sowie die Erfolge bei der Profilierung als lebenswerter Standort - nicht nur der Kreativwirtschaft - präsentieren konnten.

## Themen

### Seite 1

[Deutscher Stadtmarketingtag](#)

### Seite 2

[Mitgliederversammlung](#)

### Seite 3

[Seminar Finanzierung/Recht](#)

[Public Spots](#)

[Stadtmarke des Jahres](#)

### Seite 4

[Umfrage Standortmarketing](#)

[Morgenstadt City Challenge](#)

[Tag der Städtebauförderung](#)

### Seite 5

[Berlin will ISG einführen](#)

[Wirtschaftszweige touristisch vermarkten](#)

### Seite 6

[HDE Handelskonjunkturindex](#)

[Jobbörse](#)

### Seite 7

[Fördermitglieder](#)

[Die neuen Mitglieder](#)

### Seite 8

[Wächterhaus](#)

[Freiraumgalerie](#)

### Seite 9

[Projekte gegen Ladenleerstand](#)

### Seite 10

[Urbane Trends](#)

[Stadtradeln](#)

### Seite 11

[App animiert zu Schattendasein](#)

[Beacons im Stadtmarketing](#)

[Der Trend der Zukunft](#)

### Seite 12

[Terminkalender](#)

– Anzeige –



Seit über 140 Jahren ist Götsch ein etablierter Partner im Bereich der **Verkehrstechnik und Stadtraumgestaltung**. Dieser Erfahrungsschatz erlaubt es uns, Best Practices nicht nur anzuwenden, sondern sie selbst zu entwickeln. Von der **Beratung** über die **Organisation** an Ort und Stelle bis zur **Installation** erhalten Sie auf Wunsch alle Leistungen aus einer Hand. Ob Verkehrs-, Stadt- oder Fußgängerleitsysteme: Mit **ProForm™** reagieren wir auf diese vielfältigen stadtgestalterischen Kontexte mit den Vorteilen eines modularen Systems und seinen individuellen Lösungen. [www.goetschgbh.de](http://www.goetschgbh.de)



## Mitgliederversammlung der bcsd



Auf der ordentlichen Mitgliederversammlung der bcsd am 26. Mai 2014 in Mannheim wurde Stefan Nöthen in den Vorstand der bcsd gewählt. Stefan Nöthen, der bei Hamburg Marketing das strategische Markenmanagement verantwortet, wird im Vorstand unter anderem das Thema Metropolenmarketing bearbeiten. In den Vorstand wiedergewählt wurden außerdem Michael Gerber aus Bremerhaven; Norbert Käthler aus Karlsruhe und Georg

Bandarau aus Magdeburg. Geschäftsführer Jürgen Block blickte in seinem Bericht auf ein äußerst erfolgreiches Jahr der bcsd zurück und zeigte sich zuversichtlich, dass sowohl der Verband als auch das Gewicht des Stadtmarketings weiter wachsen werden.

## Vergaberecht, Beihilferecht und Steuerrecht

Das „richtige“ Nebeneinander von Vergaberecht, Beihilferecht und Steuerrecht in den Handlungsfeldern Wirtschaftsförderung, Stadt- und Tourismusmarketing – zu diesem Thema bietet die bcsd in Kooperation mit dem anwaltsKONTOR Schriefers Rechtsanwälte ein **Praktikerseminar am 27. Juni 2014 in Düsseldorf** an. Ziel der Veranstaltung ist es, einen Überblick über die laufende Entwicklung der Rechtsprechung und die erheblich veränderte Praxis im Vergaberecht, Beihilferecht und bei der Umsatzbesteuerung öffentlicher Zuschüsse zu verschaffen. Das Seminar richtet sich an Geschäftsführer, Mitarbeiter von Stadt- und Tourismusmarketingorganisationen und Angehörige der Beteiligungsverwaltungen.

Aufgrund aktueller Entwicklungen bietet die bcsd dieses Seminar sehr kurzfristig an. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Anmeldung ist bis zum 18. Juni möglich. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

## Public Spots - Newsletter zu Finanzierung im Stadtmarketing



Das Anwaltskontor Schriefers Rechtsanwälte veröffentlichte zum Deutschen Stadtmarketingtag einen Sondernewsletter. Dieser beschäftigt sich aus aktuellem Anlass mit den Themen Beihilfe, Umsatzsteuer und Vergabe. Aufgrund der zunehmenden Fälle nachträglicher Umsatzbesteuerung und der Unsicherheit im Vergaberecht sind diese Themen sehr brisant und aktuell. Der Newsletter „public spots“ informiert über die aktuellen Entwicklungen – Sie finden ihn **hier**.

## Stadtmarke des Jahres 2014 – die Ausschreibung läuft – jetzt bewerben

Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH veranstaltet am 30. Oktober die Verleihung des **Kulturmarken-Awards**. Die bcsd wird auch 2014 dabei die Kategorie **"Stadtmarke des Jahres"** präsentieren. Doch bevor Preise ausgewählt und vergeben werden können, gilt es sich zu bewerben und sich den Wettbewerbern mit seiner authentischen Markenstrategie zu stellen. Stadtmarketingorganisationen, öffentliche Einrichtungen und Tourismusgesellschaften aus dem deutschsprachigen Raum sind aufgerufen, das kulturelle Potenzial ihrer Stadt oder Region und die erfolgreichen Vermarktungsaktivitäten in einen ansprechenden Beitrag zu präsentieren. Bis zum **15. August** ist die Bewerbung auch in diesem Jahr möglich. Mehr erfahren Sie **hier**.



## Umfrage zum Standortmarketing vorgestellt



Das Standortmarketing war Thema des Deutschen Stadtmarketingtags 2014 in Mannheim. Die Berliner Agentur für strategische Öffentlichkeitsarbeit und Werbung index hat sich ebenfalls dieses Themas angenommen und für ihre Studie Trends im Standortmarketing 2014 über 100 Experten aus Standortmarketing und Wirtschaftsförderung befragt. Dabei stellte sich heraus, dass die Ziele weiterhin vorrangig in der Ansiedlung von Unternehmen und Gewinnung von

Fachkräften liegen. Außerdem macht die Studie einen Trend zur Nutzung sozialer Medien oder zur Schaffung mobiler Angebote z. B. in Form von Apps aus. Gleichzeitig existiert ein hoher Anteil an Wirtschaftsförderungsgesellschaften, die keinen eigenen Internetauftritt betreiben. Stark nachgefragt sind externe Beratungsleistungen, die von drei Viertel der Befragten in Anspruch genommen werden. Die Umfrageergebnisse können Sie **hier** bestellen.

## Wettbewerb „Morgenstadt City Challenge“ startet

Die Stadt von morgen zu denken ist eine stets aktuelle Aufgabe. Beim Wettbewerb des Fraunhofer Instituts für Arbeit und Organisation können sich weltweit Städte ab 100.000 Einwohner bewerben. Dazu müssen sie skizzieren, wie die Nachhaltigkeitsstrategie der Stadt aufgebaut ist und wie mittelfristig in deren Umsetzung investiert werden soll. Projekte sollten interdisziplinär angelegt sein um eine Förderung durch das FIAO zu erhalten. Mehr erfahren Sie **hier**.



## „Tag der Städtebauförderung“ geplant



Die Bauministerien auf Bundes- und Länderebene sowie kommunale Spitzenverbände und weitere Partner arbeiten an der Einführung eines „Tag der Städtebauförderung“. Auch die bcSD wird in die Vorbereitung einbezogen. Nach dem Vorbild des „Tag des offenen Denkmals“ sollen an diesem Tag bundesweit Projekte der Städtebauförderung vorgestellt werden. Bürger sollen für die Aufgaben und Ziele sensibilisiert und zur Beteiligung an geförderten Projekten animiert werden.

Das Programm vor Ort gestalten die Kommunen selbst, indem sie etwa Informationsveranstaltungen oder Führungen anbieten. Die Rahmenkommunikation übernimmt die Bundesebene. Aktuell wird das Konzept konkretisiert. Mehr erfahren Sie **hier**. Die bcSD ruft dazu



auf, Best-Practice-Beispiele aus der Zusammenarbeit von Stadtmarketing und Städtebau an die Geschäftsstelle zu schicken. Diese sollen im Rahmen einer kleinen Serie im Vorlauf zum Tag der Städtebauförderung im Newsletter vorgestellt werden.

### Berlin will Immobilien- und Standortgemeinschaften einführen

Der Berliner Senat hat einen Gesetzesentwurf vorgelegt, der erlauben soll Grundbesitzer über ihre Immobilie hinaus an der Aufwertung von Geschäftsstraßen zu beteiligen. Laut Berichten der Berliner Zeitung haben bereits fünf Einzelhandelslagen Interesse an dem Modell bekundet. Die Antragsteller müssen 15% der Anlieger in Zahl und Fläche repräsentieren und konkrete bauliche Maßnahmen, Veranstaltungen oder Werbemaßnahmen nennen. Wenn nicht innerhalb eines Monats mehr als ein Drittel der Anlieger widersprechen, können die Projekte über die Anlieger finanziert werden. Etablierte Geschäftsstraßen sollen so in die Lage versetzt werden, besser mit zentral gemanagten Einkaufszentren konkurrieren können. **Hier** finden Sie den Gesetzesentwurf.



### Wirtschaftszweige touristisch vermarkten



Wenn von den wirtschaftlichen Effekten eines Unternehmens oder einer Institution die Rede ist, wird die touristische Wertschöpfung oft vernachlässigt. Besonders Assoziationen mit Schwerindustrie oder Rohstoffgewinnung sind tendenziell eher negativ besetzt. Aber nicht nur Geschäftsreisen sind ein touristischer Aspekt. Die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA), Fördermitglied der bcsd, stellt in einer sozioökonomischen Analyse der regionalen Auswirkungen des Werkes Werra der K + S Kali fest, dass das dort geförderte Salz die Landschaft (Halden) und Kultur (z.B. Ortsnamen) stark prägt. Außerdem liefert die Salzgewinnung Ansätze zur touristischen Vermarktung: Salzhalden werden bestiegen, es gibt ein Salzmuseum und ein Schaubergwerk. Nicht zuletzt im Ruhrgebiet ist das industrielle / wirtschaftliche Erbe ein Tourismusfaktor geworden. Die lokale Ökonomie kann also durchaus offensiv als authentischer Ansatz zur touristischen Vermarktung einer Region genutzt werden. Die vollständige Studie finden Sie **hier**.

## HDE Handelskonjunkturindex - HDE fordert Investitionen in Erreichbarkeit

Die monatlich stattfindende Händlerbefragung „HDE-Handelskonjunkturindex“ ist eine Online-Umfrage unter Einzelhändlern, die vom IFH Institut für Handelsforschung durchgeführt wird. Dort werden die Stimmungslage und die Zukunftserwartungen der Einzelhändler abgefragt. Außerdem wird jeden Monat ein Schwerpunktthema betrachtet. Im Monat April wurden zum Beispiel die Auswirkungen des Online-Handels auf die Passantenfrequenz am Standort betrachtet. 30% der über 300 befragten Händler berichten von starken Rückgängen. 40% haben leichte Rückgänge der Frequenz am Standort zu beklagen. Gefragt, wie Kommunen die Attraktivität des Standortes erhöhen können, wünschte sich die Mehrheit eine Verbesserung der Erreichbarkeit, gefolgt von Investitionen in den öffentlichen Raum und eine verträgliche Ansiedlungspolitik. Die Umfragen finden Sie **hier**.



## Jobbörse



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG, MARKETING  
UND TOURISMUS FÜR WOLFSBURG

Im Rahmen einer Nachfolge sucht die WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine engagierte, leistungsorientierte Persönlichkeit für den Bereich Einzelhandels- und Zentrenentwicklung. In einem jungen Team betreuen Sie Einzelhandelsprojekte in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren. Sie sind eine dynamische, durchsetzungsstarke Persönlichkeit mit ausgeprägter Eigeninitiative und einem hohen Maß an Organisationsvermögen. Sie haben ein Hochschulstudium z.B. im Bereich Geographie, Raumplanung, Wirtschaftswissenschaften abgeschlossen oder besitzen vergleichbare Qualifikationen. In den Arbeitsfeldern Einzelhandelsentwicklung und Immobilienwirtschaft bewegen Sie sich sicher und verfügen idealerweise über einschlägige Berufserfahrung im Bereich der Wirtschaftsförderung.

Gute Präsentationsfähigkeiten, Verantwortungsbereitschaft und Erfahrung im Umgang mit Unternehmen, Politik und Verwaltung runden Ihr Idealprofil ab. Die Vollzeitstelle ist unbefristet und wird nach dem Tarifvertrag öffentlicher Dienst (TVöD) vergütet. **Hier** finden Sie die Stellenanzeige.

## Fördermitglieder

Die Firma **KLIMM GmbH & Co. KG** ist ein traditionsreiches mittelständisches Familienunternehmen. Schon bald nach der Gründung im Jahr 1924 hat sich das Unternehmen auf Gewerbehinweise und Leitsysteme im öffentlichen Verkehrsraum spezialisiert. Die Lösungen der KLIMM GmbH zur innerstädtischen Wegweisung bieten eine effektive Unterstützung des örtlichen Einzelhandels. Die Möglichkeiten sind vielfältig: Zur innerstädtischen Wegweisung zählen die Beschilderung in Fußgängerzonen, Schilder an Lichtmasten, Fußgängerschutzbügel sowie Fahrradständer. Hingewiesen wird auf Handel und Gewerbe (insbesondere auf Einzelhändler in weniger frequentierten Seitenlagen) sowie auf Sehenswürdigkeiten und regionale Veranstaltungen. Mehr erfahren Sie [hier](#).



## Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder der bcsd

### Musikstadt Gronau, die Grenzstadt im Grünen



Musik und andere Künste haben das Bild dieser Stadt, mit ihrem Ortsteil Epe in den letzten 25 Jahren deutlich geprägt. „Groove in the Green“ ist daher wohl die passende Charakterisierung unserer

wunderschön aufregenden Grenzstadt. Nicht nur das jährliche Jazzfest, bei dem sich Ende April Größen der Musikszene die Klinke in die Hand geben und den legendären Ruf dieses Musikspektakels begründet haben, nein: Gronau ist seit 2004 auch Standort des einzigartigen rock'n'popmuseums.

Die Kulturbüro Gronau GmbH ist als 100%ige Tochter der Stadt Gronau mit ihren Abteilungen Kulturbüro, Stadtmarketing und Touristik-Service verantwortlich für Kulturförderung, Bereitstellung von Infrastruktur für lokale Veranstaltungen und Initiativen, für den Betrieb von Veranstaltungsstätten, sowie für Koordination bzw. Unterstützung von Veranstaltungen Dritter. Das Stadtmarketing arbeitet schwerpunktmäßig mit den Werbegemeinschaften, der Hotellerie/Gastronomie sowie der örtlichen Wirtschaft beider Ortsteile in den Teilbereichen Standort-/City- und Tourismusmarketing zusammen.

### Stadt Verden (Aller)

Verden liegt im Herzen Niedersachsens in der weitläufigen Allerlandschaft und ist als geschichtsträchtige Dom- und Reiterstadt weit über die Grenzen hinaus bekannt. Verden ist eine prosperierende Stadt mit 27.000 Einwohnern und einem lebendigen Zentrum in historischem Ambiente. Die Stadt ist im Bereich der sozialen Infrastruktur mit zahlreichen Bildungseinrichtungen, vielen Behörden und öffentliche Institutionen gut aufgestellt.

Verden 

Seit 1998 wird in Verden ein aktives Stadtmarketing betrieben, welches die Bürger auf umfassende Art und Weise einbezieht. Ziel ist die Schaffung eines individuellen, unverwechselbaren, positiv belegten Stadtprofils. Grundlage dafür ist ein Marketingverständnis, das die Stadt als Ganzes betrachtet. Der 2001 gegründete Beirat Stadtmarketing begleitet den Stadtmarketingprozess, überprüft die Ziele und gibt Impulse für neue Maßnahmen.

### Wächterhaus



Auch im Bereich Wohnen schaden leer stehende Häuser der Nachbarschaft und verkommt die Bausubstanz. Um dem Abhilfe zu schaffen hat der Verein HausHalten das Konzept der Wächterhäuser und Ausbauhäuser geschaffen. Leer stehende Gebäude werden dabei von den Eigentümern dem Verein HausHalten zur (Zwischen-)Nutzung überlassen, der dann wiederum geeignete Nutzer sucht. Die Eigentümer sind nicht zur Renovierung verpflichtet. Die Bewohner, die sehr günstig oder

auch umsonst Raum für soziale Initiativen, Läden, Ateliers oder Wohnflächen erhalten, zahlen die Nebenkosten und beteiligen sich je nach Modell in Eigenleistung an der Aufwertung der Immobilie. Gleichzeitig wird das Quartier belebt, Treff- und Anlaufpunkte entstehen und kreative Konzepte können umgesetzt werden. Im Anschluss an die Zwischennutzung werden die Projekte zum Teil weitergeführt oder die Häuser als reguläre Wohn- / Geschäftshäuser genutzt. **Hier** finden Sie mehr Informationen und einen erklärenden Film.

### Freiraumgalerie Halle / Participaint

In einem mit Problemen behafteten Stadtteils der Stadt Halle (Saale) mit einer hohen Zahl an Leerständen und einem schlechten Image ist die Freiraumgalerie Halle ein Ansatz zur Aufwertung des Stadtteils. Das großflächige Bemalen von Häuserwänden, vor allem im Rahmen der All You Can Paint Festivals, beschert dem Ort neue Attraktionen und neue Aufmerksamkeit. Zudem wird auch Einheimischen die Möglichkeit gegeben, der eigenen Kreativität Raum zu geben sowie Workshops und Kulturangebote zu





besuchen. In Zusammenarbeit mit der Kunststiftung des Landes Sachsen-Anhalt und dem Verein HausHalten sollen im Rahmen des Projekts ParticiPaint Angebote zur Beteiligung geschaffen werden. **Hier** gelangen Sie zur Homepage, auf der auch einige der Kunstwerke zu sehen sind. **Hier** finden Sie einen Artikel aus der Zeitschrift RaumPlanung.

## Aktuelle Projekte gegen Ladenleerstand

### **Eupen – Lebe dein Geschäft**

Wie viele andere Städte hat auch Eupen (Belgien) mit Ladenleerstand zu kämpfen. Um diesen zu reduzieren und damit die Attraktivität der Innenstadt zu steigern, schreibt Eupen den Wettbewerb „Lebe dein Geschäft“ aus. Dort können Ideen für neue Nutzungen der Leerstände eingereicht werden. Die eingesandten Ideen werden nach Wirtschaftlichkeit, Originalität und dem Mehrwert für Eupen bewertet. Die drei Sieger erhalten Ladenlokale für 6 bzw. 3 Monate mietfrei, werden in Buchhaltung und Marketing unterstützt sowie durch die Wirtschaftsförderung beraten. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

### **Celle – Mach dein Ding– Lokalhelden gesucht**

Die IHK Lüneburg-Wolfsburg verfolgt einen ähnlichen Ansatz wie Eupen. Dort werden Ideen aus dem Bereich Dienstleistung, Gastronomie und Einzelhandel gesucht. Dabei wird ebenfalls ein mehrstufiges Verfahren angewandt. Die Geschäftsidee wird dabei zunächst als Skizze eingereicht und dann zu einem Businessplan konkretisiert. Dabei erhalten die Bewerber Unterstützung durch die IHK. Zuletzt küren Experten drei „Lokalhelden“, die in der Umsetzung ihrer Geschäftsidee unterstützt werden. Mehr erfahren Sie **hier**.

### **Stuttgart – Leitfaden zur Zwischennutzung**

Um Leerstände besser zu nutzen hat die Stadt Stuttgart im Rahmen des Leerstands- und Zwischennutzungsmanagements der Wirtschaftsförderung einen Leitfaden zur Zwischennutzung entwickelt. Dieser macht auf die Angebote der Wirtschaftsförderung bei der Vermittlung und Beratung aufmerksam, erklärt Organisationsstrukturen, Besonderheiten je nach Nutzung und Eigentümer und den Ablauf von Genehmigungsverfahren. Zudem werden Fördermöglichkeiten für kulturelle Zwischennutzungen aufgezeigt. **Hier** finden Sie den Leitfaden.

### **Altena – Pop-up Stores**

In Altena hat das Stadtmarketing erfolgreich fünf Pop-up-Stores in die Innenstadt lotsen können um damit Leerstände zeitweise neu zu nutzen, aber auch um neue interessante Geschäftsideen in die Innenstadt zu holen und dadurch das Angebot zu komplimentieren. Parallel zu der Suche fanden Gespräche mit den ansässigen Händlern statt um das Konzept zu vermitteln. Ein zeitgleich stattfindendes, neu eingerichtetes Event verspricht eine erhöhte Besucherfrequenz. Neben den Pop-up-Stores wird es auch eine zentrale Anlaufstelle in einem Leerstand geben. Ein Pop-up-Café ist in Planung. Mehr erfahren Sie **hier**.

## Urbane Trends

### Die schönsten Treppen der Welt

Treppen sind für viele Besucher und Einwohner von Städten ein Ärgernis und zum Teil auch ein ernst zu nehmendes Hindernis mit Trennungsfunktion. Kein Wunder, dass einige Städte, wie etwa Luxemburg, auf Aufzüge setzen um Stadtteile miteinander zu verbinden. Dass Treppen auch ein visuelles Highlight sein können, zeigt eine Zusammenstellung mit Bildern von Treppen aus aller Welt, die Sie **hier** finden. Auf derselben Seite findet sich auch eine Galerie gelungener **Street-Art**.



### Pop-up city

Der niederländische Blog Pop-up city berichtet zu neuen, originellen Ideen im Bereich der Stadtentwicklung. Zu den Themen gehören etwa Indoor-Campingplätze, die als Hostel genutzt werden, Kleiderspendestationen für Obdachlose auf Gehsteigen, der wieder in Betrieb genommene Fahrradlift im norwegischen Trondheim oder Automaten, die mit Waren des täglichen Bedarfs die Nahversorgung sicher stellen sollen. Wem das nicht genug ist, der kann **hier** über Graffiti-malende Drohnen, mobile Pannenhilfe per App in Amsterdam oder Stadtteil-Schals im Stil von Fußballschals lesen.

### urban shit



Das Online-Portal urban shit beschäftigt sich mit Street Art / Kunst im öffentlichen Raum in den verschiedensten Ausprägungen. Aktuell wird zum Beispiel ein Projekt des **Guardians** vorgestellt, bei dem historische Gemälde mit Stadtansichten in Google-Streetview an den Originalstellen eingefügt wurden. Der „**Stein mit Vollausrüstung**“ auf einer Dortmunder Kreuzung wird vorgestellt, der W-LAN integriert hat und über Windrad und Solarpanel Strom zum Aufladen von mobilen Endgeräten bereithält. **Cyklisk** ist ein Obelisk aus alten Fahrradteilen, der in einer Stadt in Kalifornien steht. Mehr solcher und ähnlicher Projekte finden Sie **hier**.

## Stadtradeln

Die Kampagne Stadtradeln des Klima-Bündnisses geht in die nächste Runde. Bei der Kampagne sammeln Bürger und Politiker aus den Teilnehmerkommunen ihre im Alltag gefahrenen Radkilometer, die sie an die Kampagne melden. Daraus wird dann die aktivste Kommune nach Gesamtkilometern, die aktivste Kommune nach Fahrradkilometern pro Einwohner und das aktivste lokale Parlament sowie besonders aktive Einzelpersonen gekürt. Die Gewinner erhalten Preise mit

Bezug zum Thema Fahrrad. Die Aktion promotet das Fahrradfahren als Fortbewegungsart, ermöglicht eine publikumswirksame Kampagne und wirkt auf eine Verbesserung der Rahmenbedingungen vor Ort hin. Das soll auch durch die Meldeplattform **RADar** erreicht werden, die den Teilnehmern in den Kommunen erlaubt, die Verwaltung auf Mängel an den Radwegen oder der Radverkehrsführung hinzuweisen. **Hier** erfahren Sie mehr.



### App animiert zum Schattendasein

Brisbane, Australien, hat viel zu bieten, unter anderem viel Sonne. Dass zu viel Sonne zum Problem werden kann, zeigt die hohe Hautkrebsrate in der Stadt. Wie die Wochenzeitung „Die Zeit“ berichtet, versucht die Stadt nun mit einer besonderen Idee dagegen vorzugehen: In einem Park werden Sender installiert, die Besuchern über eine App Zugang zu aktuellen Filmen bietet. Der Clou: Sobald das Smartphone feststellt, dass sich der Nutzer nicht mehr im Schatten aufhält, wird die Übertragung abgebrochen. Mehr erfahren Sie **hier**.

### Beacons im Stadtmarketing

Beacons sind eine neue Technologie, bei der kleine Funksender per Bluetooth Low Energy (BLE) Nachrichten an mobile Geräte übermitteln. Kommunen sowie Handels- und Gewerbevereine können im Bereich des Stadtmarketings durch die direkte Besucheransprache von dieser Technologie profitieren. So können etwa Stadtführungen per App inkl. Audio unterstützt, Besuchern auf Ausstellungen direkte Informationen aufs Smartphone gesendet und beim lokalen Handel mehr Umsätze generiert werden. Die Kommunen und Unternehmen können dabei selbst darüber entscheiden, welcher Inhalt zu welchem Zeitpunkt und an welchem Ort übermittelt werden soll. Ein Anbieter für diese Location Based Services ist das bcsd-Fördermitglied 1eEurope, das seine appybeacons schon bei ersten deutschen Einzelhändlern eingesetzt. Nutzer der von 1eEurope entwickelten App ([www.appyshopper.de](http://www.appyshopper.de)), werden z.B. beim Vorbeigehen an Shops und Restaurants erkannt und auf aktuelle Angebote und Aktionen hingewiesen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

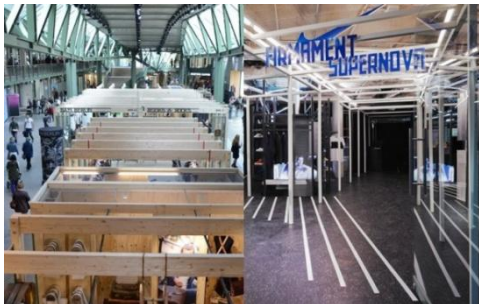
### Der Trend der Zukunft

*Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd*

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse sind teuer, die bcsd- Tagungen nur zwei Mal im Jahr. Die bcsd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. Drei Trends stellen wir Ihnen im Folgenden vor – ab sofort ist aber auch der neue

TrendONE Stadtmarketing Trendreport erhältlich. Nähere Informationen zu dem Trendreport finden Sie **hier**. Zum bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an: **kossak@trendone.com**

#### EXPERIMENTIERFLÄCHE FÜR DIE ZUKUNFT DES EINZELHANDELS



„Bikini Berlin“ ist ein Projekt der Bayerischen Hausbau, das Platz für Experimente mit Konzepten für den stationären Handel im digitalen Zeitalter bietet. Hierbei wird die „Supernova“ genannte Fläche von Kemmler Kemmler kuratiert und bringt jede Saison mehrere Partner zusammen. In der ersten Saison zählt hierzu der Sportartikelhersteller Nike, der Waren bereitstellt, die von dem Streetwear-Anbieter Firmament verkauft werden. Samsung und Teufel stellen Video- und Audiosysteme bereit, die den futuristisch wirkenden Laden als Multimediashow inszenieren und den Besucher auf eine Reise in die Zukunft schicken.

#### ZAUBERN AN DER BUSHALTESTELLE

Für das Quebec City Magic Festival in Kanada hat die Werbeagentur Lg2 Bushaltestellen in der Stadt so umgebaut, dass Passanten dort spontan „zaubern“ konnten. Hierbei wurde eine Seitenwand der Station zu einem Glaskasten, der auf den ersten Blick leer zu sein schien. Ein Aufkleber darauf bat die Menschen, näher zu treten und die Arme zu heben. Daraufhin flogen wie von Zauberhand rote Bälle durch den Kasten, die direkt auf die Bewegungen der davorstehenden Personen reagierten. Vor allem Kinder spielten begeistert mit der Installation, die mit Hilfe von Luftströmen und Sensoren zur Bewegungserkennung realisiert wurde.



#### BÄUME ÜBERTRAGEN BÜCHER AUF MOBILE ENDGERÄTE



Der kolumbianische Bedarfsträger EPM hat in seinem Projekt „Tree of Letters“ Bäume in Medellín mit WLAN-Hotspots ausgestattet, die Passanten E-Books auf ihre mobilen Geräte übermitteln. Ziel der in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur McCann entstandenen Aktion ist es, die digitale und somit umweltfreundlichere Alternative zu gebundenen Büchern zu bewerben und das Lesen generell zu fördern. Passanten, die an den Bäumen mit den WLAN-Vogelhäuschen vorbeigehen, müssen lediglich „LetterTree“ aus der Netzwerkliste auswählen, um Zugriff auf einen ausgewählten Klassiker zu erhalten.



## Terminkalender

### **17./18. Juni, Deutsches Städte- und Kulturforum, Frankfurt am Main**

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) lädt Mitte Juni zum Deutschen Städte- und Kulturforum nach Frankfurt. Dort wird vor allem der Kultur- und Städtetourismus im Mittelpunkt stehen. Mehr erfahren Sie **hier**.

### **24. Juni, Shopping Center in Mittelstädten und ihre Auswirkung auf die Innenstadt, Mannheim**

Das Seminar des vhw beschäftigt sich mit der Ansiedlung von Shopping Centern und den Fragen, die in diesem Prozess beantwortet werden sollten. Die Referenten haben zu dem jeweils einen eigenen Zugang und reichen von einem Vertreter der Projektentwickler und Centerbetreiber über einen Stadtplaner hin zu einem erklärten Gegner der Ansiedlung von Einkaufszentren. **Hier** finden Sie das Programm.

### **27. Juni, Sicherheitsfallschirm für Gesellschaften im öffentlichen Raum, Düsseldorf**

Ziel der Veranstaltung ist es, einen Überblick über die laufende Entwicklung der Rechtsprechung und die erheblich veränderte Praxis im Vergaberecht, Beihilferecht und zur Umsatzbesteuerung öffentlicher Zuschüsse zu verschaffen. Das Seminar richtet sich an Geschäftsführer und Mitarbeiter von Stadt- und Tourismusmarketingorganisationen und Angehörige der Beteiligungsverwaltungen und ist sowohl für Neulinge im Handlungssektor als auch für Fortgeschrittene geeignet. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

### **27. Juni, Einführung und Grundlagen Stadt- und Regionalmarketing - Modul 1 des ICR-Studiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement, Stein bei Nürnberg**

Das erste Modul des neuen ICR-Studiengangs legt die Grundlagen für den weiteren Studiengang und ist daher ein Pflichtmodul. Zunächst werden das Aufgabenfeld des City-, Stadt- und Regionalmanagements, seine Institutionen sowie die Wechselbeziehungen zu anderen Disziplinen betrachtet. Anschließend werden Aufbau und Struktur der kommunalen Verwaltung sowie die unterschiedlichen Anspruchsgruppen behandelt. Nachdem die Rahmenbedingungen abgesteckt sind, werden Trends und Themen vorgestellt, welche die Stadtentwicklung schon jetzt und besonders in Zukunft prägen werden. **Hier** erhalten Sie mehr Informationen.

### **27. Juni, Die Mitte neu erfinden – Die Zukunft der Innenstädte und Ortszentren, Werkstattgespräch, Regensburg**

Die Veranstaltung, die von der GMA und der IHK Regensburg gemeinsam durchgeführt wird, beschäftigt sich mit Möglichkeiten, die Mitte als Standort von Handel, Dienstleistungen und Wohnen zu stärken. **Hier** finden Sie das Programm.

**03. Juli, Erster Deutscher Kommunalradkongress, Siegburg**

Der erste Deutsche Kommunalradkongress beleuchtet Bedingungen und Möglichkeiten zur Förderung des Radverkehrs in den Kommunen. Dazu sollen auch reproduzierbare Best-Practice-Beispiele vorgestellt werden. Mehr erfahren Sie **hier**.

**10./11. Juli, Stadt und Region – Reallabore der resilienzorientierten Transformation, Kassel**

Die Tagung an der Universität Kassel beschäftigt sich mit dem Reallabor Stadt. Insbesondere werden dabei nachhaltige Stadtentwicklungsansätze betrachtet. Wie kann eine Wende zur nachhaltigen Stadtentwicklung die Widerstandskraft und Zukunftsfähigkeit der Stadt stärken? Wie funktioniert der Weg zu einer Postwachstumsökonomie? **Hier** erfahren Sie mehr.

**11. Juli, Stadtentwicklung - Modul 2 des ICR-Studiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement, Stein bei Nürnberg**

Siegfried Dengler, Leiter des Stadtplanungsamtes in Nürnberg, vermittelt in diesem eintägigen Seminar Themen der Stadtentwicklung mit Stadtmarketingschwerpunkten. Attraktivitätsfaktoren der Innenstadt (öffentlicher Raum, Service, ...) werden genauso behandelt wie Besuchsmotive und Konsumtrends aus Nutzersicht (Einkaufslagen, Erlebnis vs. Versorgung, ...). Zudem wird die Markt- und Konkurrenzsituation der Städte im Bezug auf die lokale und regionale Kaufkraft betrachtet. Das Seminar ist ein Pflichtmodul des ICR-Studiengangs. Mehr erfahren Sie **hier**.

**21. – 23. September, Deutsche Stadtmarketingbörse – Kommunikation @ Stadtmarketing, bcsd, Kleve**

**30. September – 01. Oktober, Zukunft Kommune, Karlsruhe**

Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71, F + 49 (0) 30 – 28 04 26 73, office@bcsd.de, www.bcsd.de, Vereinsregister München VR 15748, Umsatzst.-IdNr. DE 238 769 633, Geschäftsführer Jürgen Block, Bundesvorsitzender Michael Gerber

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten. Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung.

Die in dieser E-Mail gegebene Information ist nicht rechtsverbindlich. In Fällen, in denen die Rechtsverbindlichkeit erforderlich ist, kann Ihnen diese Bestätigung auf Anforderung gerne nachgereicht werden. Beachten Sie bitte, dass jede Form der unautorisierten Nutzung, Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Weitergabe des Inhalts dieser E-Mail nicht gestattet ist.